

**Colonie linguistique : créativité et opportunité entrepreneuriale
dans le marché algérien**
**Linguistic colony: creativity and entrepreneurial opportunity
in the Algerian market**

Refrafi Soraya, Righi Sara

¹Université de Biskra, Faculté des lettres et des langues
refrafi_soraya@hotmail.com

²Université de Gharadaia, faculté des sciences économiques, commerciales et de
gestion, sararighi68@gmail.com

Date de réception: 06/07/2021 Date d'acceptation: 05/10/2021 Date de publication: 20/12/2021

Résumé:

Vu le progrès technologique et le développement énorme dans les divers domaines scientifiques et techniques, une sphère de défi et de concurrence parmi les entreprises se voit créée, afin de poursuivre le courant ou d'éviter le grand risque d'être égaré carrément du marché. Par conséquent, la nécessité d'une réflexion à des projets créatifs et innovants se voit décisive par sa contribution à la promotion sociale et son assurance à un perpétuel développement. L'idée d'une colonie linguistique est fondée sur le principe de l'immersion linguistique, cette dernière est conçue d'une manière artificielle, tout en créant le bain linguistique francophone favorisant l'apprentissage, bien que l'acquisition du français.

Mots-clés: Colonie linguistique, créativité, innovation, opportunité entrepreneuriale

Abstract: Considering the technological progress and the enormous development in the various scientific and technical fields, a sphere of challenge and competition among the companies is seen being created, in order to continue the current or to avoid the great risk of being lost altogether from the market. Consequently, the need for reflection on creative and innovative projects is seen as decisive by its contribution to social promotion and its assurance of perpetual development. The idea of a linguistic colony is based on the principle of linguistic immersion, the latter is conceived in an artificial way, while creating the francophone linguistic bath favoring learning, although the acquisition of french.

Keywords: Language colony, creativity, innovation, entrepreneurial opportunity

Auteur correspondant: Refrafi Soraya, Email:refrafi_soraya@hotmail.com

Introduction

Nous vivons dans un monde régné par le progrès technologique et le développement énorme dans les divers domaines scientifiques et techniques, une sphère de défi et de concurrence parmi les entreprises se voit créée, afin de s'adapter et de poursuivre le courant ou d'éviter le grand risque d'être égaré carrément du chemin. L'environnement dans lequel fonctionne l'entreprise se caractérise d'une pleine mutation et changement. Par conséquent, la nécessité d'une réflexion à des projets créatifs et innovants se voit décisive par sa contribution à la promotion sociale et son assurance à un perpétuel développement.

D'un autre côté, cet aspect technologique et automatique dans l'exécution des affaires, et la complication du mode de vie moderne, l'enfant et l'adolescent sont confrontés de parcourir un grand danger lié à un mode de vie malsain : sans vie sociale, autisme, isolement, sans activité physique (risque d'obésité), et surtout appauvrissement des connaissances intellectuelles et linguistiques. D'où l'idée de fonder des colonies de vacances de type Linguistique, permettant à l'enfant et à l'adolescent, un apprentissage de la langue et de la culture étrangère, et un grand dépassement total au sein de la nature et ses égaux. Car nous savons tous que l'enfant algérien en général et celui du sud en particulier, manque de cette prise en charge efficace qui s'avère nécessaire pour développer de ses compétences intellectuelles, de renforcer son esprit de responsabilité, et lui accorder l'occasion de nouer des amitiés avec ses semblables de l'Algérie ou même de l'étranger. Ce projet se focalise sur le facteur humain, car c'est cela bel et bien le vrai investissement qui peut conduire à un épanouissement économique considérable. Il est question de former le bon citoyen à l'échelle internationale.

L'importance de cette étude se représente le sujet vital abordé dans son aspect éducationnel, pédagogique et scientifique, qui aura sans faute une influence sur la promotion humaine de toute une génération. A l'instar, de son apport au ministère de l'éducation nationale en rendant utiles et efficaces les anciennes colonies de vacances.

Afin de mener à bien cette étude, nous avons tenté d'exposer et de mettre en clair tant tout un fondement théorique et conceptuel conçu comme

important pour ce domaine bien précis, ainsi les concepts de *créativité*, *innovation*, *opportunité entrepreneuriale* et son *identification*.

2. La créativité

2.1 Créativité ou innovation

En 1990, Simon Pegg avait noté: *«We have lots of different attitudes, but in one of our attitudes as human beings, we make up a romantic tale about ourselves. Falling in love is mysterious, thinking is mysterious...and so we create great words like 'creativity'. Creativity is thinking; it just happens to be thinking that leads to results that we think are great»* (Amabile, 1996, p239). Aujourd'hui le mot créativité est automatiquement associé avec l'hypothèse que le produit, l'idée, le service et le modèle d'affaires sont meilleurs, plus efficaces, plus évolués. Le domaine de la créativité représente un champ d'étude et d'investigation plus récent que celui de l'*innovation* dont les limites de conceptualisation ne sont pas toujours bien déterminées. La créativité accouple dans sa désignation *processus* et son *résultat* permettant de faire naître des idées.

Quand il n'est pas question des produits et services relatifs aux clients, elle est qualifiée d'organisationnelle, que Woodman, Sawyer et Griffin classent sous la catégorie de l'*innovation* (Woodman, Sawyer, Griffin, 1993, p-p 293-321). De son côté, Amabile conçoit que la créativité est à l'origine de l'*innovation* dans la mesure de produire des idées nouvelles et utiles, comme elle lui accorde le caractère d'antécédent (Amabile, 1988, p-p.123-167). A ce propos, Deschamps qui dans le contexte de son approche sur le leadership, précise que renforcer l'*innovation* exige de s'intéresser d'une façon particulière au développement des compétences, actuelles et futures, les plus importantes à l'entreprise, entre autres, la créativité, l'ensemble des performances, les valeurs morales, l'état d'esprit et les comportements catalyseurs de l'*innovation* (Deschamps, 2003, p-p.815-834). Cette dernière est le plus souvent définie sous son aspect résultat tandis que la créativité semble plutôt représenter l'origine qui est à la base cette innovation. Parmentier, et Szostak, envisagent la créativité comme force dynamique stimulante de l'acte innovant, ce qui conduit l'organisation à parcourir le risque pour des changements dans les pratiques

habituelles (Parmentier, Szostak, 2015). *Gross modo*, toutes ces définitions partagent deux caractéristiques : la *nouveauté* de la solution proposée par rapport à un problème particulier et *l'adéquation – applicabilité* de la nouvelle solution (Amabile , Ibid.) Aussi, la créativité peut être vue comme une « *production d'idées ou de solutions nouvelles, utiles et employables* » (Amabile, Barsade, Mueller, Staw, 2005, p.386). Cependant, tout cela mène à dire que la créativité est le fait de penser à une idée nouvelle, originale, hors pair, issue d'un " *thinking outside the box*", mais aussi efficace et applicable, tandis que *l'innovation* est bien sa concrétisation en projet entrepreneuriale.

2.2 La créativité entrepreneuriale

La créativité entrepreneuriale fait allusion au côté pratique pour appliquer cette créativité et saisir des opportunités (Diliello, Houghton, 2008, p.17). Les compétences créatives des individus se réfèrent fortement à leur attitude à prise de risque, leur comportement face à l'incertitude, la tolérance à la frustration en cas d'échec, l'indépendance et l'autodiscipline. Toutes ces caractéristiques sont également des attributs des entrepreneurs (Bissola, Imperatori, 2011, p.20). Les contraintes, le raisonnement rationnel, la façon dont l'entrepreneur et le créateur prennent une décision, marque plusieurs points communs entre ces deux. Pourtant, peu de travaux étudient la créativité pratique des entrepreneurs et des *intrapreneurs*. La connaissance accumulée par l'expertise, l'utilisation d'heuristiques, et le désir de contrôle sont présentés comme des conditions initiales de cette forme de créativité, exercée de manière inconsciente plutôt que consciente (Rickards, Runco, Moger, 2009).

3. L'opportunité entrepreneuriale

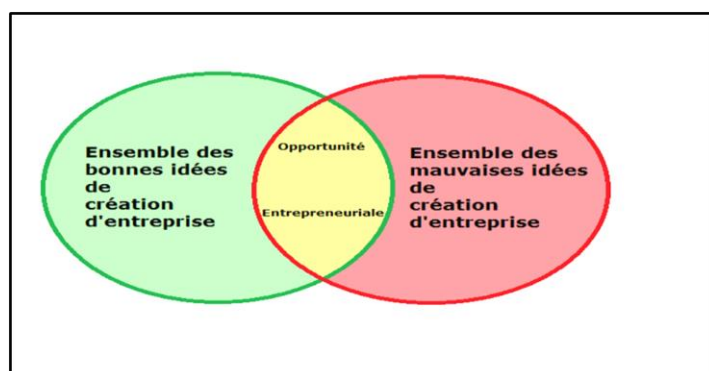
3.1 Définition du concept

Pour Passer de l'étape d'une idée créative à une *innovation* la faire survivre en entreprise ou startup, on entend souvent que ses créateurs et entrepreneurs ont besoin de dénicher une *opportunité entrepreneuriale*. A cet égard, il est souvent reconnu que cette célèbre opportunité entrepreneuriale réside dans le fait de trouver un moyen nouveau et disruptif de répondre à un besoin partagé par suffisamment de potentiels

clients pour que le marché visé soit significatif. Ainsi, l'entreprise aura une chance de prospérer en exploitant cette « brèche » dans laquelle elle espère s'engouffrer. Or, ce n'est pas seulement ça une opportunité entrepreneuriale. Ce n'est pas obligatoirement un concept très novateur par rapport aux autres entreprises et startups du même secteur d'activité : il y a également une vraie opportunité entrepreneuriale quand une startup fait les choses mieux que ses concurrents directs et indirects, tout simplement. Comme par exemple *Captain Train* en France qui a fait ce que proposait déjà Voyages SnCF, mais en mieux : grâce à cette startup, il suffit de quatre clics pour commander un billet de train, les voyages les plus fréquents et profils des voyageurs sont enregistrés pour vous faire gagner du temps, et en plus de cela il n'y a aucune pub au cours de la réservation du billet.

Une opportunité entrepreneuriale peut être envisagée comme une bonne idée originale, ou de mauvaise et sceptique. Elle est dans l'intersection des deux, ainsi représentée dans ce schéma:

Fig.1 : L'opportunité entrepreneuriale

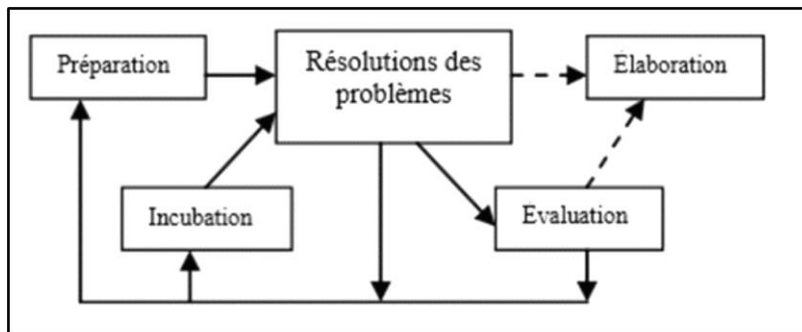


3.2 Processus d'identification d'opportunité entrepreneuriale

Plusieurs recherches se sont intéressées à l'étude du processus d'identification de l'opportunité, en effet plusieurs modèles de ce processus existent. Hills, Shrader, et Lumpkin suggèrent que l'identification de l'opportunité est un cas particulier du processus de créativité et ils identifient cinq étapes (Hills, Shrader, Lumpkin, 1999) :

- La phase de préparation : à ce stade le promoteur commence par collecter l'information pour résoudre le problème.
- La phase d'incubation : il s'agit d'une période de réflexion, la collecte d'informations supplémentaires est contre - productif, les idées divergent, le promoteur s'engage dans des associations, c'est une période d'intuition de la part du promoteur.
- La phase de l'idée : durant cette phase les idées du promoteur convergent et les solutions envisageables sont de plus en plus claires.
- La phase de l'évaluation : il s'agit de l'analyse de faisabilité, le promoteur vérifie la solution et l'originalité de son idée.
- La phase de l'élaboration : l'idée de projet est actualisé et le promoteur commence l'élaboration du plan d'affaires, s'il juge que son opportunité fiable alors il peut démarrer son projet.

Fig.2 : Processus d'identification d'opportunité
selon Hills, Shrader, et Lumpkin



Plusieurs études se sont intéressées aux facteurs qui affectent l'identification de l'opportunité, nous ne proposerons pas dans cette partie un modèle d'identification de l'opportunité, mais il s'agit de déceler les facteurs importants qui affectent ce processus. Ardichvili, Ray et Cardozo identifient cinq facteurs affectent l'identification de l'opportunité (Ardichvili, Ray, Cardozo, 2003, p.21) :

- La vigilance entrepreneuriale : en effet l'identification de l'opportunité est précédée par un degré élevé de vigilance à l'information de la part de l'entrepreneur.

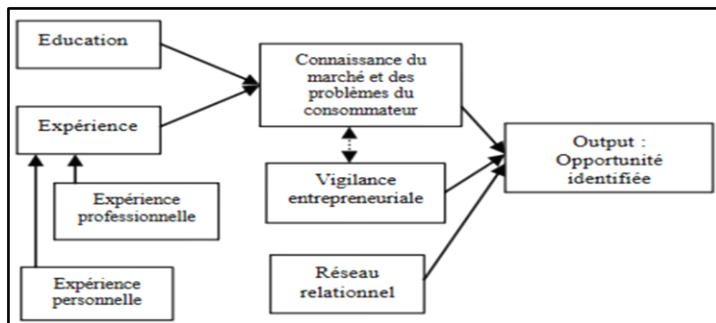
- L'asymétrie de l'information et la connaissance préalable : qui déclenche l'identification de la valeur de la nouvelle information.
- La découverte inattendue et la recherche sémantique de l'opportunité.
- Le réseau relationnel de l'entrepreneur.
- La créativité de l'entrepreneur

Egalement , dans leur étude, Ardichvili et Cardozo, ont élaboré un modèle des facteurs affectant le processus d'identification de l'opportunité entrepreneuriale , en effet leur étude empirique a montré que l'opportunité d'affaires est tributaire de trois facteurs principaux à savoir:

- la connaissance du marché et des problèmes des consommateurs,
- le deuxième facteur est la vigilance entrepreneuriale,
- et le troisième facteur est le réseau relationnel du promoteur.

Ce modèle se présente comme suit :

Fig.3 :Modèle du processus de l'identification de l'opportunité



Source : Ardichvili, Cardozo, 2003

Le facteur connaissance du marché et des problèmes du consommateur dépend lui - même de l'expérience du promoteur qui est la résultante de l'expérience professionnelle et personnelle du promoteur et de son éducation, la connaissance du marché et des problèmes du consommateur d'une part et la vigilance entrepreneuriale d'autre part sont en interaction, la connaissance du marché et des problèmes du consommateur peut augmenter le degré de vigilance entrepreneuriale.

4. Présentation d'une opportunité entrepreneuriale proposée à partir d'une idée de créativité

4.1. Définir l'idée créative sujette et le projet

Il est question dans ce travail d'un type particulier de colonie de vacances, tout d'abord, il s'avère important de rappeler la signification de cette expression, il est question d'un « *groupe d'enfants réunis dans un lieu de villégiature, sous la surveillance de moniteurs, pour y passer des vacances* » (l'internaute, 2018). Son origine remonte À la fin du XIX^e siècle, Hermann Walter Bion, un pasteur suisse ému par la mauvaise santé des enfants défavorisés de Zurich, a organisé les premières colonies de vacances avec 68 enfants à Appenzell, en 1876, pour qu'ils profitent de la nature et surtout du grand air. Ces séjours financés par des souscriptions connaissent un succès rapide en Suisse, et, dès 1899, ce sont 29 villes qui proposent ce type de vacances aux enfants afin de leur procurer de bonnes conditions de vie pendant quelques semaines.

Ce projet consiste à un ensemble d'activités qui se complètent en toute harmonie, pour réaliser un objectif bien précis et défini au préalable (de mettre les jeunes apprenants dans un bain linguistique favorisant l'apprentissage d'une langue étrangère).

4.2. Qu'est-ce- qu'une Colonie linguistique ?

Il s'agit d'un ensemble d'activité et applications pratiquées sur place, tout en se basant sur des principes linguistiques dont les objectifs sont soumis à des conditions spatio-temporelles, financières, et psychopédagogiques afin de subvenir aux besoins linguistiques de ces jeunes apprenants.

Le modèle de la colonie linguistique s'appuie sur la théorie des besoins, l'éducation nouvelle et se construit autour d'une organisation centrée sur des points récurrents :

- Des groupes par tranches d'âges homogènes - entre 6 et 14 ans - , les activités sont accordées selon plusieurs facteurs.
- Un adulte référent pour un groupe
- L'autorité détenue exclusivement par l'adulte grâce à l'idée de cadre et d'éducation.

Ce projet est fondé sur l'établissement d'un programme d'enseignement/apprentissage intensif de la langue française, pour une durée bien déterminée, accompagnée d'un contenu de socialisation et de familiarisation avec cette langue étrangère. Par le biais d'un enseignement authentique accompagné d'un enseignement de la culture. Le principe efficace de ce projet est bien, que la langue française soit la seule et unique langue pratiquée au sein de la colonie du simple gardien au plus haut directeur. Ce qui permet à l'apprenant de passer un séjour au sein d'un bain linguistique tout au long de son séjour linguistique. Ce dernier ne nécessitera pas un déplacement vers la France, et se soumettre à un budget énorme, mais, il consiste à créer un climat francophone qui sera une sorte de bain linguistique artificiel pour une immersion collective des apprenants, sans avoir besoin de partir ailleurs.

4.3. Avantages d'une colonie linguistique

Nous vivons dans un monde dominé par la technologie, et l'automatisme au quotidien, ce qui complique quelque parts, et prive la vie de son sens au plaisir. Nous assistons à une enfance dont les jouets se réduisent en simple tablette dont le mécanisme ne nécessite aucun effort physique de la part de l'enfant. Par conséquent, plusieurs mauvaises manières, et mauvais comportements se propageant et s'installent, peu à peu dans notre société. En outre, l'opportunité entrepreneuriale se représente dans l'importance incontournable de l'acquisition et/ou l'apprentissage d'une langue étrangère avec un tel statut dont le français réjouit en Algérie. Ce qui fait de la langue française une devise que tout veut avoir que ce soit dans le monde du travail, études voire même dans la vie quotidienne. Les avantages de notre projet se manifestent comme suit :

- **Pour la société:** C'est un sujet vital, centré sur plusieurs axes : pédagogique, linguistique, éducationnel, et culturel, ce qui touche fondamentalement à un développement des niveaux: culturel, moral et éthique, pour la promotion des générations à venir.
- **Pour le ministère de l'éducation nationale:** Son contenu est d'une valeur capitale, qui pourrait être efficace pour le ministère de l'éducation nationale par l'intégration des colonies linguistique dans des programmes d'enseignement pendant les vacances d'été.

- **Pour l'enfant :** - Cela aiderait l'enfant à développer des compétences et performances linguistiques.
- Il permettrait à l'enfant de promouvoir ses relations sociales, tout en s'ouvrant sur l'*autre*.
- Il serait une occasion pour faire la connaissance de nouveaux amis, et de nouer des liens d'amitiés avec eux.
- Renforcer sa personnalité et son esprit de responsabilité.
- Le mode de vie au sein de la colonie, permettra à l'enfant de pratiquer diverses activités physiques et de se vider de toute énergie négative pouvant déséquilibrer son humeur.

4.4. Les étapes principales pour l'élaboration du projet " Colonie linguistique":*Colo. Ling.*

Plan du projet.

- Nom du projet : Colonie linguistique "*Colo Ling*".
- Nom Lieu du projet : Un grand local, avec grande cour, à proximité de la plage et des montagnes.
- Les résultats attendus : mettre les jeunes apprenants en situation de bain linguistique, ce qui leur permettrait d'apprendre aisément et rapidement de parler couramment la langue française.
- L'encadrement du projet: des enseignant compétents dans le domaine de la didactique du FLE, un directeur, et tout un staff francophone pour les différentes tâches (moniteurs, hygiène, sécurité, comptabilité, secrétariat, etc.)
- Ressources financières : Demande d'un crédit de banque.

4.5. Structure organisationnelle du Projet

La *Colo Ling* contient plusieurs niveaux de structure :

4.5.1. L'entrepreneur

Lui-même directeur du projet, effectue plusieurs tâches, qui sont :

- Un suivi administratif des employés, et supervision sur tous les plans : relation intérieurs et extérieures.
- Une veille continue.
- Consacrer un budget pour les excursions et les sorties, comme le coût d'emploi, les salaires, et un budget à part pour la publicité et le marketing.

4.5.2. Le secrétariat

Il représente un élément très important dans la structure de la *Colo. Ling.*
Son rôle consiste à :

- Faciliter la tâche au directeur.
- La réception et inscriptions courriers dans un registre approprié, qui sera transmis à l'entrepreneur pour avis et signature.
- La réception d'appels téléphoniques qui seront aussi inscrits pour transmission au directeur.
- La supervision le déroulement pédagogique des cours, et l'organisation de différentes réunions.
- Veiller pour appliquer efficacement la "technique du bain linguistique "

4.5.3. Bureau de Comptabilité et Finance

Responsable de la comptabilité générale au sein de la résidence, géré par un comptable compétent et agréé, parmi ses tâches :

- S'occuper de la préparation des comptes propres à toutes les dépenses et revenus du projet.
- S'approprier toutes documentations relatives aux reçus, et investissements.
- Vérifier la conformité et authenticité de tout reçu et document en provenance de l'extérieur.
- Déclarer le chiffre d'affaires auprès des services impôts.
- Préparation budgétaire en comparaison avec le budget prévu.

4.5.4. Le transport

La colonie est menée d'un ensemble de véhicules pour assurer la mobilité afin de subvenir à tous les besoins de l'école et la résidence, puisqu'elle est éloignée de la ville.

4.5.5. Service Loisirs et sport

Il se préoccupera:

- D'organiser des sorties et excursions à des zones archéologiques et touristiques
- De préparer des soirées, pleines d'activités ludiques, musicales, artistiques et intellectuelles.
- De veiller à une pratique régulière du Sport tout au long du séjour pour la santé physique et morale des apprenants.

4.5.6. Cabinet médicale et psychologique

Il est **doté** de médecin, psychologue et infirmier, pour assurer une veille de la santé physique et psychologique de l'enfant résidant dans la colonie.

4.5.7. Service de marketing et publicité

Il est responsable de:

- La propagande des services présentée par cette entreprise, par le biais de montrer la belle image du projet dans une forme attirante sur le marché afin de faciliter au mieux la vente du service.

- Faire connaître au monde extérieur cette culture de colonie linguistique.
- Orienter vers un tourisme particulier dans son genre, et probabilité d'une vente de l'idée du projet.

4.5.8. Réglementation des documents

Le responsable de la commercialisation se tâche à remplir tous les documents correspondants à chaque enfant inscrit portant sur des informations à titre civil et la durée de sa résidence le long de ce séjour dans la colonie, afin de les transmettre aux services sécuritaires, pour protection.

4.5.9. Service d'accueil et résidence

- **La résidence**

Le responsable de la colonie linguistique et lui-même superviseur sur le reste de ses services. la capacité d'hébergement peut varier de 20 à 50 enfants apprenants, répartis dans des chambres à 4 enfants, en outre de grandes salles équipées de moyens sophistiqués pour assurer une bonne acquisition, service de climatisation, projecteur vidéos, etc.

- **L'accueil**

Le service est sous la responsabilité d'un encadreur bien compétent dans le domaine de l'enseignement du FLE, possédant une bonne expérience. Cela, lui permettrait d'avoir une idée claire sur ce qu'il devait se faire dans cette colonie de vacances, autrement dit, un bon initié dans le domaine de la didactique du FLE.

- **Servie d'hygiène**

- Un service vecteur et catalyseur, très captif du client local ou étranger.

- Diriger et orienter les agents et les concierges qui veillent sur la propreté des lieux.
- Fournir le matériel et les moyens de nettoyage.

- **Service de restauration**

Comporte des cuisiniers et un chef cuisinier responsable, un spécialiste de nutrition et des plongeurs de vaisselles. Les mets sont variés, nutritifs, et qui puisent de la gastronomie française pour respecter toujours le principe de l'immersion, les calories varient selon les besoins nutritifs de chaque catégorie.

4.6. Compétences et performances propres aux employés de la Colo.

Ling

- Avoir une attitude de tolérance et d'ouverture sur l'autre.
- Maîtriser parfaitement la langue française.
- Savoir se comporter avec l'enfant et l'adolescent.
- Avoir un caractère sociable et une aptitude de vivre en colonie.
- Savoir animer des journées et des soirées pour enfants et ados.
- Savoir méthodologique pour transmission des informations linguistiques
- Maîtrise des outils informatique et audio-visuels.

5. Conclusion

Le marché algérien en matière d'enseignement/ apprentissage des langues étrangères nous offre une opportunité entrepreneuriale en or, la colonie de vacances avec une nouvelle vêtue, originale sur tous les plans. Une colonie dans l'objectif est d'assurer un apprentissage efficace par la création d'un bain linguistique en immersion dans la langue et la société étrangère sans avoir besoin de se déplacer ou gaspiller tant d'argent.

6. Liste de bibliographie

AMABILE, Teresa, BARSADÉ, Sigal, MUELLER, Jennifer, STAW, Barry, *Affect and Creativity at Work*, Administrative Science Quarterly, 2005.

AMABILE, Teresa (1996), *Creativity and Innovation in Organizations*, Harvard Business School.

AMABILE, Teresa, *Model of Creativity in Organizations*, Research and Organizational Behavior, Janvier 1988, pp. 396-239.

ARDISHVILI, Alexander, CARDOZO, Richard, RAY, Sourav, *A theory of entrepreneurial opportunity identification and development*, Journal of Business Venturing, Volume 18, January 2003, Pages 105-123, 2003.

BISSOLA, Rita, IMPERATORI, Barbara, *Organizing Individual and Collective Creativity. Flying in the Face of Clichés*, Creativity and Innovation Management, 2011.

DESCHAMPS, Jean Philippe, *Innovation and Leadership*. The International Handbook on Innovation Amsterdam, 2003, pp.815-834.

DiLIELLO, Trudy, HOUGHTON, Jeffry, *Creative Potential and Practiced Creativity: Identifying Untapped Creativity in Organizations*, Creativity and Innovation Management, 2008.

Le concept d'opportunité entrepreneuriale : pilier de toute startup, <https://scratchstartup.wordpress.com/2016/07/13/le-concept-dopportunit-e-entrepreneuriale-pilier-de-toute-startup/>, (consulté le : 15/10/2018)

PARMENTIER, Guy, SZOSTAK Berangere, « *La créativité organisationnelle vue comme sous l'angle du management stratégique : proposition du concept de capacité créative d'une organisation* », Communication AIMS, XXIV Conférence Internationale de Management Stratégique, Paris, 2015.

RICKARDS, Tudor, RUNCO, Marka , MOGER, Susan, (2009), *The Routledge Companion to Creativity*, Routledge, New York.

WOODMAN, Richard, SAWYER, John, GRIFFIN, Ricky , *Toward a Theory of Organizational Creativity*, The Academy of Management Review , April 1993, P-P 293-321

Hills, G.E. , Shrader, R.C. , & Lumpkin, G.T. (1999). Opportunity recognition as a creative process. In *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, MA: Babson College, pp. 216–227.

Dictionnaire l'Internaute,
<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/colonie-de-vacances/>, (consulté : le 15/10/2018)